



УДК 7.012:687

НОВА СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРА ОДЯГУ – ШОППЕР

БОБРОВСЬКИЙ Антон¹, ЧУПРИНА Наталія¹, РЯБЕНЬКІ Євген²

¹ Київський Національний Університет Технологій та Дизайну, Київ, Україна

² Державний педагогічний університет ім. І. Криянге, Кишинів, Молдова

bobrovskyhair@gmail.com, chouprina@ukr.net, reabench.eugen@upsc.md

Анотація. В роботі проаналізовано нові компетентності дизайнера одягу у сфері створення іміджу клієнта. Визначено основні потреби сучасних споживачів у формуванні проєктного образу. Охарактеризовано переваги роботи дизайнера-шопера та wardrobe-стиліста у сучасній моді. Визначено основні етапи створення іміджу споживача в рамках компетентностей персонального дизайнера-шопера.

Ключові слова: дизайнер-шоппер, wardrobe-стиліст, проєктний образ, продукт моди, дизайн одягу, персональний імідж.

ВСТУП

Споживач у своїх уявленнях і бажаннях обмежений рамками вже наявної, наявної реальності форм і речей, найчастіше просто інформований про кращі зразки або взагалі не має розвиненого смаку. Що стосується принципово нових видів виробів, то потреба саме в них взагалі виключена, тому що споживач не може їх знати: не можна знати те, чого ще не існує.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є характеристика послуг у сфері моди, що розвинулися та набули значущості для формування гардеробу сучасного споживача, а також визначення принципів роботи шопера та меж його компетенції.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Маркетингові дослідження останніх років дозволили виділити такі риси нового споживача продуктів моди як орієнтація на створення персонального іміджу за допомогою продуктів моди високої якості та різного призначення; формування індивідуального гардеробу у відповідності до задоволення власних потреб в одязі; індивідуалізація проєктного образу. Допомогти у виборі – завдання фахівця з вибору та придбання одягу – шопера.

Шоппінг – це проведення часу в торгових закладах різних форматів для вибору та придбання різних продуктів моди (як основних: одяг, взуття, аксесуари, так і супутніх: подарунки, косметика, парфумерія тощо) Шоппер надає цілісну систему послуг, які дозволяють робити покупки грамотно та із задоволенням. Іншими словами, шоппер – персональний менеджер, що формує новий імідж, планує бюджет покупки, супроводжує споживача у момент шопінгу. Саме шоппер покликаний грамотно сформувати гардероб свого клієнта. А для цього потрібно добре знати свого «підопічного», його



характер, стиль життя, звички. Тому шопперу, крім відмінного почуття смаку та вміння розбиратися у всіх модних тенденціях, важливо мати певні знання у цій індустрії. Найголовніший плюс у тому, що професійний шоппер створює кілька образів, які можна доповнювати і вдосконалювати.

Таким чином, можна виділити основні групи споживачів – клієнтів дизайнера-шоппера:

- **люди із зайнятим графіком**, які не мають часу на шопінг;
- **ті, хто шукає допомоги у створенні стильного гардеробу**, але не впевнений у виборі;
- **особи, які хочуть оновити гардероб** після змін у способі життя чи статусі;
- **люди, які бажають виглядати модно**, але не орієнтуються в сучасних трендах.

Професія шоппер – це особлива навичка, що забезпечує задоволення індивідуальних потреб споживача у продуктах моди, у створенні його персонального іміджу та формуванні соціального статусу. При цьому дизайнер-шоппер виявляє знання щодо актуальних тенденцій моди, потреби клієнта у дотриманні дрес-коду чи інших вимог соціокультурної сфери діяльності, розуміння питань художнього проектування стилю та іміджу, почуття художньої міри, марок і цін, розташування та роботу butikів, про стилі та модні напрями, про індекс нитки та новітні технології, а також план шопінгу, знижки та прогнозований результат тощо.

Шопінг-супровід – економія часу, нервів і грошей для споживача, а найголовніше – вирішення проблеми пов'язаної з походом у магазини та вибору серед безлічі одягу, саме того, який буде актуальним довгий час. Робота шоппера зачіпає абсолютно всі сфери діяльності людини, тому фахівець розбирає та аналізує кожен етап життя клієнта (його рід занять, робота, сім'я, відпочинок). Тому спеціалізації його діяльності можуть бути різними:

- **ситуативна**, коли клієнт приходить з однією потребою покупки для одиначної події і робота проводиться безпосередньо в магазинах;
- **вузька**, коли клієнту необхідно кілька речей до нового сезону, тут можлива оцінка речей по фото, і сама робота в магазинах;
- **широка**, коли клієнт потребує великої кількості покупок на всі випадки життя, тут потрібна глибока аналітика гардеробу, а потім вже робота в торгових центрах.

Основні функції персонального шоппера:

1. **Консультації щодо стилю:** персональний шоппер оцінює потреби клієнта, його стиль життя, тип фігури, особисті вподобання та бюджет, щоб обрати відповідні речі.
2. **Шопінг-супровід:** шоппер супроводжує клієнта під час покупок, пропонуючи кращі варіанти одягу або аксесуарів, допомагає вибрати речі, що найкраще підходять до гардеробу і стилю.
3. **Онлайн-шопінг:** деякі персональні шоппери працюють онлайн, підбираючи речі в інтернет-магазинах та створюючи списки покупок, які клієнт може замовити самостійно.



4. **Створення капсульного гардеробу:** шоппер може допомогти створити базовий гардероб, елементи якого легко комбінуються між собою і придатні для різних ситуацій.
5. **Розробка шопінг-маршруту:** підбір магазинів, бутиків чи онлайн-платформ, які відповідають потребам клієнта; планування оптимального маршруту, щоб зекономити час і уникнути зайвих витрат.
6. **Спеціалізовані покупки:** деякі шоппери займаються не лише одягом, а й допомагають з вибором косметики, подарунків, предметів інтер'єру чи іншої продукції.
7. **Пошук ексклюзивних речей:** допомога у виборі унікальних предметів гардеробу, які важко знайти самостійно; орієнтація на останні модні тренди або індивідуальні побажання клієнта.

Шоппер може позиціонувати себе частково, як стиліст, оскільки працює індивідуально з клієнтом, враховуючи особливості характеру, його цілі та завдання, типаж, особливості фігури, кольоротип, професійну діяльність тощо. Деякі ЗМІ у сфері моди асоціюють дизайнера-шоппера з wardrobe-стилістом, порівнюючи сфери їх компетенцій.

Wardrobe-стиліст (або стиліст з формування гардеробу) – це фахівець, який допомагає людям організувати свій гардероб, оптимізувати його та підібрати відповідні елементи одягу для різних ситуацій. Основне завдання wardrobe-стиліста – створити функціональний і гармонійний гардероб, який відповідає стилю життя, фігури та індивідуальним уподобанням клієнта.

Основні функції wardrobe-стиліста:

1. **Аналіз гардеробу:** стиліст переглядає існуючі речі, відбирає ті, які підходять за стилем, формою та кольором, і допомагає позбутися зайвих або застарілих речей.
2. **Створення капсульного гардеробу:** стиліст підбирає базові речі, які легко поєднуються між собою і відповідають як повсякденним, так і спеціальним подіям.
3. **Складання образів:** допомагає створити різні стилістичні образи для різних ситуацій (робота, вихід у світ, повсякденне життя тощо).
4. **Шопінг-супровід:** wardrobe-стиліст може супроводжувати клієнта на шопінгу або надати рекомендації щодо покупок для оновлення або доповнення гардеробу.
5. **Консультації щодо стилю:** дає поради, як вдосконалити зовнішній вигляд, підібрати відповідні аксесуари, взуття, і як краще поєднувати наявні речі.

Основні групи споживачів, які потребують консультацій wardrobe-стиліста можна охарактеризувати таким чином:

- люди, які відчують, що “немає що вдягти”, незважаючи на повну шафу речей;
- ті, хто хоче організувати свій гардероб і позбутися зайвого;
- ті, хто хоче створити капсульний гардероб для різних сфер життя;
- люди, які хочуть економити час і гроші на шопінгу;
- ті, хто прагне знайти свій стиль і виглядати гармонійно.



Wardrobe-стилісти часто працюють з клієнтами, які прагнуть оновити або спростити свій гардероб, допомагаючи зробити його більш стильним, функціональним та відповідним до потреб клієнта.

ВИСНОВКИ

Отже, персональний шоппер – це фахівець, який допомагає людям робити покупки, зокрема, вибирати одяг, взуття, аксесуари, косметику або навіть подарунки. Основне завдання персонального шоппера — допомогти клієнту зробити правильні, обґрунтовані покупки, що відповідають його стилю, потребам і бюджету. Він також економить час і допомагає уникати помилкових покупок.

Персональні шоппери найчастіше працюють із клієнтами, які хочуть оновити свій гардероб, але не мають часу або бажання самостійно займатися шопінгом.

Wardrobe-стиліст — це не лише фахівець зі стилю, але й особистий «організатор гардеробу», який допомагає створити комфортний, стильний і практичний простір для вашого одягу.

Перевагами роботи споживача з дизайнером-шоппером або Wardrobe-стилістом можна визначити:

- **функціональність гардеробу:** мінімум речей, які легко поєднуються між собою;
- **економія часу:** клієнт більше не витрачає години на вибір одягу вранці;
- **раціональний підхід:** відсутність непотрібних покупок і хаосу в шафі;
- **підвищення впевненості:** клієнт точно знає, як виглядати стильно в будь-якій ситуації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чупріна Н. В. Система моди XX – початку XXI століття: проектні практики та чинники функціонування (європейський та український контексти): монографія. Київ: КНУТД, 2019. 476 с.

2. Малинська А. М., Пашкевич К. Л., Смирнова М. Р., Колосніченко О. В. Розробка колекцій одягу: навчальний посібник. Київ : ПП «НВЦ Профі», 2018. 140 с.

3. Офіційний сайт журналу «Vogue». URL: <https://vogue.ua/>

BOBROVSKIY A., CHUPRINA N., REABENCHI Eugen THE NEW COMPETENCE OF A FASHION DESIGNER IS A SHOPPER

The work analyzes the new competences of a fashion designer in the field of creating a client's image. The main needs of modern consumers in the formation of a project image have been determined. The advantages of the work of designer-shopper and wardrobe-stylist in modern fashion are characterized. The main stages of creating a consumer image within the competences of a personal designer-shopper are defined.

Key words: designer-shopper, wardrobe-stylist, project image, fashion product, fashion design, personal image.